La Prima di WineNews.it

n. 1397 - ore 17:00 - Giovedì 19 Giugno 2014 - Tiratura: 30710 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

coop LA COOP SEI TU.

A Worldwide Passion

vinitaly 22-25 MARZO 2015 49° EDIZIONE VERONA

La News

Bolgheri ... in una scarpa

A volte il made in Italy, soprattutto di alta qualità, sperimenta strade davvero impensabili, ma capaci di sorprendere. E può succedere che, a Pitti Uomo (Firenze, dal 17 al 20 giugno), Bolgheri ed uno dei vini cult dell'Italia enoica, vadano a finire nientemeno che in una scarpa. Da veri intenditori: dall'incontro tra Moreschi ed il Guado al Tasso di Antinori, nascono le francesine Moreschi 1946 Guado al Tasso, prime calzature d'annata tinte a mano con le vinacce ed invecchiate, presentate ieri sera a Palazzo Antinori. Ovviamente in limited edition (120 paia esclusive), nessuna uguale all'altra e confezionate con una Magnum di Guado al Tasso 2011 (disponibili da dicembre 2014).

SOAVE
ORIGINE STILE VALORE

SMS

I nodi della Francia

Per la Francia enoica, quello attuale, è un momento di passaggio e forti cambiamenti, alla ricerca di nuove strategie espansive sui mercati stranieri. Strano a dirsi, per un Paese che comunque guarda tutti dall'alto in basso, ma con il calo dei consumi interni i nodi di un sistema imperfetto vengono al pettine. Come il gigantismo di Bordeaux, Champagne e Borgogna, che ha messo in ombra ogni altra regione vinicola del Paese, specie quelle in crescita, come Alsazia, Lorena e Languedoc, che faticano persino su mercati solidi come quello statunitense, dove si trovano ad affrontare la concorrenza di bottiglie di tanti altri Paesi. O il "piccolo è bello", in voga dagli anni '70, che ha portato ad avere aziende troppo piccole per imporre il proprio marchio sui mercati.

Cronaca

Vino & Sviluppo Economico

"Investire su strategie, incoming, export manager condivisi e distribuzione straniera per il made in Italy e per il vino, cosa che faremo con il più grande piano di promozione che lanceremo, nel 2015, anche insieme al Ministro delle Politiche Agricole Maurizio Martina": così, a Federvini, Carlo Calenda, vice ministro allo Sviluppo Economico. Che aggiunge: "ho raddoppiato le risorse per il settore, e per spenderle vogliamo ascoltare la rappresentanza delle aziende: non si decidono le lore esigenze da dentro i Ministeri".

Primo Piano

Federvini: il settore sta bene, ma niente "lassismo"

Visti i successi del recente passato, l'obiettivo di portare, nel giro di pochi anni, il valore dell'export del vino italiano da 5 a 7 miliardi di euro in valore, lanciato dal Presidente del Consiglio Matteo Renzi a Vinitaly, non è impossibile. Anzi, "è obiettivo non facile ma alla portata del sistema se tutte le componenti faranno la propria parte", ha detto nell'assemblea Federvini Lamberto Vallarino Gancia, il presidente dell'associazione, da oggi sostituito da Sandro Boscaini, alla guida della griffe veneta Masi. Ed in effetti, a guardare i numeri del 2013, le premesse ci sono tutte: l'export è cresciuto, in valore, tanto per vini e mosti (5,2 miliardi di euro, +7,3%) sul 2012, che rappresentano l'86,5% del totale del settore, che per i liquori (+6,1%), aceti (+3,9%) e acquaviti (+3,4%), con l'Italia che, con 20,8 milioni di ettolitri che hanno varcato i confini nazionali, si è confermata primo Paese esportatore di vino al mondo, seguito dalla Spagna (18,1 milioni di ettolitri) e dalla Francia (14,8 milioni di ettolitri). I segnali negativi, per il settore, come accade da anni, arrivano tutti dal versante interno, con i consumi che continuano a diminuire. Il fronte fiscale, inoltre, per Federvini, resta un nervo scoperto (soprattutto per gli aumenti delle accise sugli alcolici e i vini liquorosi, ndr), i cui effetti finiscono per essere controproducenti per un settore che dà lavoro ad oltre 1,2 milioni di addetti e genera un'entrata fiscale pari ad oltre 8 miliardi di euro (fonte: Tradelab 2013). Ma, in ogni caso, come detto soprattutto grazie all'export, nel contesto del mercato agroalimentare italiano, che nel 2013 ha raggiunto un valore complessivo di 132 miliardi di euro, il wine & beverage ha mostrato una marcia in più. Un dinamismo su cui Federvini continuerà a lavorare anche sotto la presidenza di Sandro Boscaini: "oggi l'export - ha dichiarato il presidente Federvini - nonostante la minor competitività data dalla forza dell'euro, costituisce un settore di attività che funziona. Ma occorre ragionare anche su cosa accade nel nostro Paese e fare leva, collaborando con le istituzioni, sul valore del settore che rappresentiamo, che costituisce un tassello importante del made in Italy".

Focus

In Usa vincono le bollicine tricolori

C'è tanta Italia nella crescita delle importazioni di vini spumanti negli Stati Uniti, che, nel 2013, come testimoniano i dati di "Impact Databank", sono cresciuti del 5,5%, a quota 80,4 milioni di bottiglie. A fare la parte del leone tra i brand più performanti, Mionetto, che ha trascinato la crescita del Prosecco (+27% nel 2013 sul 2012, e 27,6 milioni di bottiglie vendute, secondo i dati Nielsen), cui fa da contraltare la caduta del Cava più bevuto al mondo, il Freixenet (-4%, ma è sempre la prima bollicina, in termini di volume, tra quelle importate in Usa). Tra gli "Hot Brands" delle bollicine, ci sono ben 6 italiani nelle prime dieci posizioni: dietro a Freixenet (6,26 milioni di bottiglie), al secondo posto, c'è Martini & Rossi, con 6,06 milioni di bottiglie, quindi al n. 4 il già citato Mionetto, a quota 5,18 milioni di bottiglie, al n. 7 La Marca (Gallo Winery), con 3,9 milioni di bottiglie, al n. 8 Zonin, con 3,34 milioni di bottiglie, al n. 9 Riondo con 3,3 milioni di bottiglie, e al n. 10 Risata (Prestige Wine & Spirits Group Italia) con 3,15 milioni di bottiglie. E lo Champagne? Con un +0,5% è sostanzialmente stabile, anche nelle performance delle due etichette più vendute sul mercato Usa, Veuve Clicquot e Moet & Chandon.

BUSINESS STRATEGIES
ESPERIENZA E PROFESSIONALITÀ AL SERVIZIO DEL BUSINESS

Chianti. CONSORZIO VINO CHIANTI

Wine & Food

Il Cile batte la Spagna, e Concha y Toro vola in Borsa

I campioni del mondo in carica della Spagna dicono addio al Mondiale, al Maracanà è il Cile a festeggiare, in una partita destinata a rimanere nella storia della "Roja" sudamericana. I gol di Edu Vargas e Charles Aránguiz hanno sancito la fine di un'epoca, calcisticamente parlando, e acceso gli entusiasmi di un intero Paese, tanto che poche ore dopo la fine della partita la Borsa cilena registrava già i primi effetti postivi, trainata, dai titoli dei due big di vino e birra, Viña Concha y Toro (+3,4%) e Ccu (+3,2%): in Cile, ci sarà un'altra serata di festa, da vivere tra fiumi di vino e di birra.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Il Testo Unico del vino inizia finalmente, e sotto un clima di grande concordia, il suo percorso parlamentare, che potrebbe rivelarsi decisivo nel futuro del settore.

"Crediamo molto in questo testo. È un percorso però che deve trovare unita la parte economica, ma anche ricettiva la parte politica", così il dg Federvini, Ottavio Cagiano.